

**ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN (IEC) EN
INOCUIDAD Y CALIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DIRIGIDA A ENTIDADES
TERRITORIALES DE SALUD**

2017

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA
Carrera 10 N.º 64/28
PBX: 2948700

Bogotá - Colombia
www.invima.gov.co



PRESENTACIÓN

La Información, Educación y Comunicación (IEC) en inocuidad de los alimentos es una acción necesaria para reducir el riesgo de Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), que debe ser desarrollada desde las autoridades sanitarias en temáticas diversas donde se incluyan diferentes públicos objetivo: manipuladores de alimentos, consumidores y comunidad en general.

2

Todos los que forman parte del sistema de alimentos son responsables de realizar las acciones preventivas necesarias para garantizar su inocuidad. Los consumidores informados pueden ayudar a incrementar las precauciones que toman la industria y el gobierno educándose acerca de cómo comprar, transportar, preparar y almacenar los alimentos de manera inocua. Los consumidores, además, esperan que los alimentos que compren sean seguros, tengan la menor cantidad posible de agentes contaminantes y no causen problemas en su salud. Sin embargo, ninguna de las medidas de control implementadas actualmente en la industria elimina al ciento por ciento los posibles peligros presentes en las materias primas o en los alimentos y bebidas o puede suceder que la contaminación de los productos ocurra en el hogar por malos hábitos higiénicos. Es por eso que para prevenir enfermedades transmitidas por alimentos, siempre se necesitará una buena higiene y una cuidadosa manipulación y preparación de los alimentos por parte de todos los que integran el sistema alimentario.

En los países en desarrollo los consumidores no están suficientemente sensibilizados de las cuestiones relativas a la inocuidad de los alimentos, lo que a menudo va unido a una falta de organizaciones de consumidores sólidas y bien informadas.

Por lo anterior, resulta de vital importancia que una estrategia de IEC tenga un enfoque global de comunicación, considerando a todos los receptores, especialmente los manipuladores y consumidores. Debe estar orientada a brindar conocimientos concretos y claros referentes a la inocuidad y calidad de los alimentos; generar actitudes que tiendan a evitar las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), entregar herramientas para enfrentar las situaciones de crisis y promover prácticas saludables en la población y buenas prácticas de manipulación en los establecimientos de alimentos. Los mensajes, además, deben ser informativos, que entreguen información de especialistas en el tema, pero en lenguaje simple y comprensible, que añadan recomendaciones para el consumidor.

El presente documento plantea una estrategia de IEC en inocuidad y calidad de alimentos que comprende objetivos, tácticas, comportamientos deseados y recursos para ser implementada por las Entidades Territoriales de Salud (ETS) como parte de las acciones adelantadas en la implementación del Modelo de Inspección, Vigilancia y Control sanitario de alimentos y bebidas.

1. DEFINICIONES

Estrategia: Serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto utilizando los recursos disponibles en un tiempo determinado.

Estrategia de comunicación: Serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación

Información, Educación y Comunicación (IEC): La IEC es el proceso de elaboración, presentación y divulgación de mensajes adecuados para destinatarios concretos con el fin de mejorar los conocimientos, técnicas y motivación necesarios para adoptar decisiones.

Información, Educación y Comunicación (IEC) en inocuidad y calidad de alimentos: Es un medio que permite a los organismos gubernamentales implicados en la gestión del control de los alimentos entablar un diálogo con diversas partes interesadas de toda la cadena alimentaria: consumidores y sus organizaciones, sector alimentario, asociaciones empresariales, organizaciones populares, etc. sobre las cuestiones relacionadas con la inocuidad y calidad de los alimentos.

En particular, la IEC puede utilizarse con los siguientes fines¹:

- ✓ Lograr entre los consumidores una mayor sensibilidad y conocimiento de las formas disponibles para mejorar la inocuidad y calidad de los alimentos para ellos mismos y sus familias;
- ✓ Promover la adopción de buenas prácticas agrícolas, de fabricación, de higiene y manipulación (con inclusión del Sistema de Análisis y Puntos Críticos de Control HACCP, por sus siglas en inglés) por el sector alimentario, y
- ✓ Obtener de diferentes partes interesadas (en particular, los consumidores y sus organizaciones y el sector alimentario) informaciones que puedan utilizarse en apoyo de los procesos de toma de decisiones, la planificación y la realización de actividades oficiales de control de los alimentos.

¹ FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2007). Fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. Directrices para evaluar las necesidades de fortalecimiento de la capacidad. Roma (Italia). 117 p.

2. MARCO NORMATIVO

✓ Resolución 1229 de 2013

Artículo 11. Procesos de vigilancia y control sanitario. El modelo sistémico de inspección, vigilancia y control sanitario se encuentra organizado en unos procesos básicos que permitirán el desarrollo integral de la función esencial de la vigilancia y control sanitario, los cuales comprenden los siguientes:

4

- 1. Procesos misionales.** Estos procesos conjugan los fundamentos esenciales de la función de vigilancia y control sanitario con el enfoque preventivo de la seguridad sanitaria, mediante dos macroprocesos ligados entre sí, pero funcionalmente separados, que comprenden la fiscalización sanitaria y el aseguramiento sanitario de las cadenas productivas.

1.2. El aseguramiento sanitario de las cadenas productivas es el macroproceso misional orientado a la difusión, implementación, desarrollo y mantenimiento de la seguridad sanitaria como un bien público, de responsabilidad compartida por todos los actores sociales sujetos de vigilancia y control sanitario; desarrollado de conformidad con los lineamientos de promoción y educación en salud que para los efectos defina este Ministerio. Comprende dos componentes estratégicos enfocados en los proveedores/productores de bienes y servicios y en la sociedad en general como usuaria/consumidora de las cadenas productivas.

b) El componente de fomento de consciencia sanitaria y la autorregulación de los actores mediante (i) la implementación de políticas de educación en salud que promuevan actitudes correctas y buenas prácticas a nivel individual y colectivo en todos los ámbitos de la vida cotidiana y (ii) la generación de mecanismos de participación, empoderamiento y apropiación de sentido de corresponsabilidad en la gestión de la seguridad sanitaria;

El aseguramiento sanitario requiere de la definición, adaptación y difusión de contenidos relacionados con buenas prácticas sanitarias para los objetos prioritarios de inspección, vigilancia y control sanitario en función del riesgo e implica el análisis de audiencias y potenciales vigilados, la elaboración de materiales, métodos y medios de difusión y comunicación; así como la preparación de respuestas adecuadas y oportunas ante demandas de usuarios-consumidores, proveedores y productores que requieran información, asesoría u acompañamiento en procesos de emprendimiento, reingeniería de procesos, o certificación.

Artículo 13. Actores responsables del funcionamiento del modelo de inspección, vigilancia y control sanitario. Se tendrán como tales, los siguientes:

4. La comunidad en general usuaria o consumidora de bienes y servicios, quienes tendrán la responsabilidad compartida de la vigilancia sanitaria, comunicando la existencia de riesgos que atenten contra el bienestar general y su propio autocuidado de la salud, observando comportamientos y hábitos saludables.

5

Artículo 19. Actividades de las Entidades Territoriales de Salud del orden municipal. Las Entidades Territoriales de Salud del orden municipal, de conformidad con las competencias y funciones establecidas por las Leyes 9ª de 1979 y 715 de 2001 y las normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan, desarrollarán las siguientes actividades en relación con el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario:

e) Desarrollar las actividades de asesoría, información y educación sanitaria, dirigidas a los actores locales sujetos de inspección, vigilancia y control sanitario;

✓ **Circular 046 de 2014**

3. Responsabilidades del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).

3.17. Coordinar, en su calidad de autoridad sanitaria nacional, con las Entidades Territoriales de Salud las actividades de información, educación y comunicación sanitaria dirigida a productores, comercializadores, consumidores y población en general, sobre cuidados en el manejo y uso de los alimentos y bebidas destinados al consumo humano.

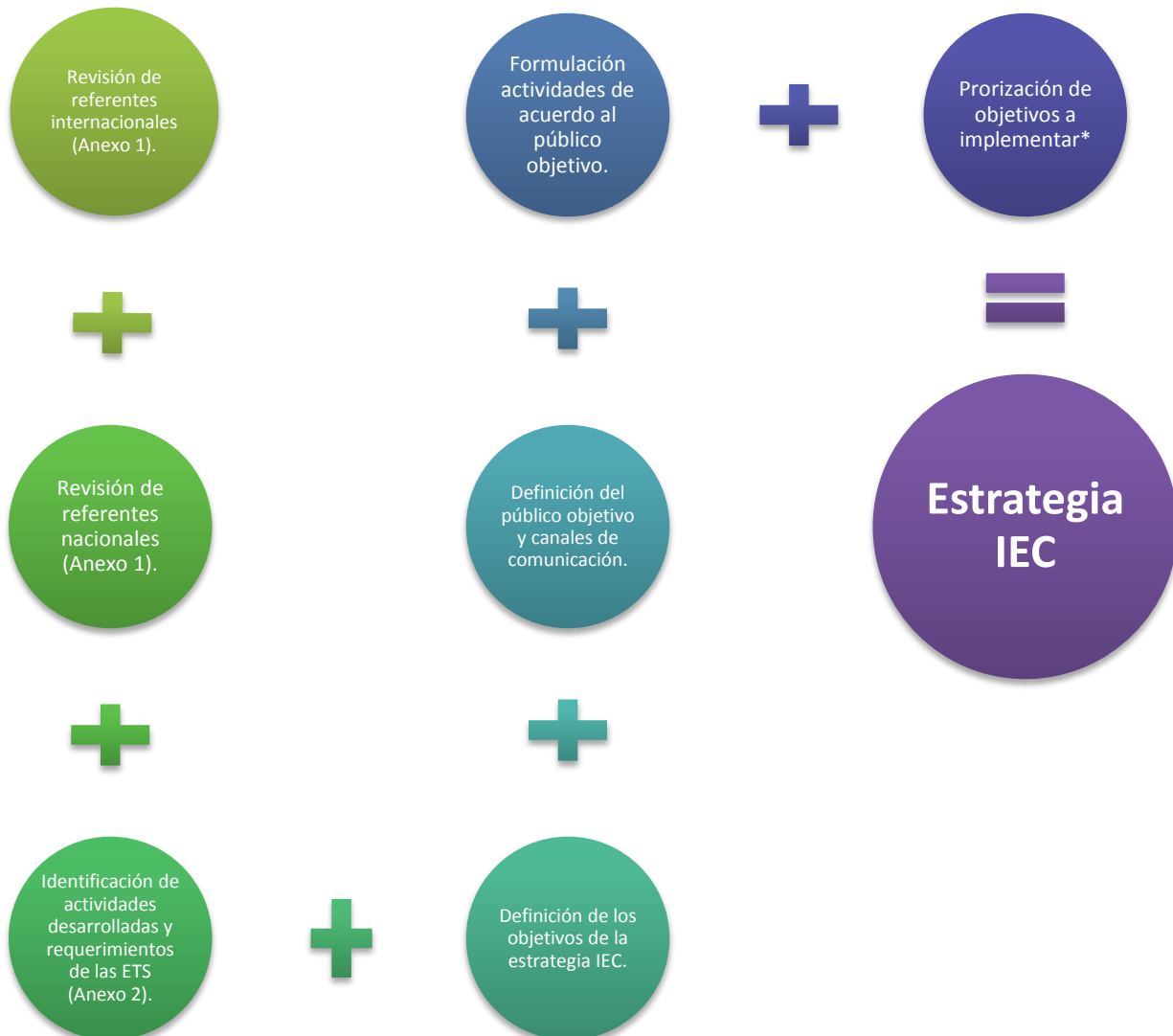
5. Responsabilidades de los Gobernadores y Alcaldes.

5.2. Apropiar los recursos para la implementación de las actividades de información, educación y comunicación sanitaria en su jurisdicción, de acuerdo al riesgo, dirigida a productores, comercializadores, consumidores y población en general, sobre cuidados en el manejo y uso de los alimentos y bebidas destinados al consumo humano.

3. METODOLOGÍA DESARROLLADA

Con el propósito de diseñar una estrategia de IEC en inocuidad y calidad de alimentos que responda acertadamente a las necesidades de los territorios, en el marco la normatividad sanitaria nacional y los referentes internacionales, se siguió la metodología que a continuación se detalla:

6



*Cada ETS debe adelantar la priorización de los objetivos a implementar por cada Público Objetivo de acuerdo con las necesidades del territorio.

4. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

4.1. Responsables de la Implementación

De acuerdo con las funciones y competencias asignadas en la normatividad las responsabilidades de la implementación de la Estrategia IEC se dividen como se presenta en el siguiente esquema:



*Las ETS diseñan las campañas que incluyan contenidos propios del territorio de acuerdo a las costumbres, los productos consumidos, los lenguajes, entre otros.

4.2. Etapas de la implementación

La implementación se realizará a través de etapas secuenciales definidas en el cronograma de trabajo. El seguimiento y monitoreo de su cumplimiento se realizará a través de indicadores.



4.3. Cronograma de implementación de la Estrategia IEC

La implementación de la estrategia de IEC se adelantará de acuerdo al cronograma propuesto. Sin embargo, este cronograma es para la implementación de los objetivos priorizados, los demás objetivos y las actividades se deben seguir ejecutando cada año por parte de las ETS.

No.	ACTIVIDAD	PERIODO DE EJECUCIÓN		
		2 SEMESTRE 2017	1 SEMESTRE 2018	2 SEMESTRE 2018
1	Identificación de necesidades del territorio en IEC			
2	Priorización objetivos a implementar por público objetivo			
3	Desarrollo de las actividades por cada una de las tácticas definidas			
4	Diseño de campañas (impresos y/o material didáctico)			
5	Definición indicadores de impacto			
6	Ejecución de las actividades			
7	Revisión de resultados y planteamiento de acciones de mejora			
8	Implementación acciones de mejora			
9	Informe de actividades ejecutadas			
10	Seguimiento y monitoreo			

5. ESTRATEGIA IEC

PÚBLICO OBJETIVO: Establecimientos Gastronómicos.

10

OBJETIVO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Promover las BPM en los responsables de los procesos en los establecimientos gastronómicos desde la escuela.	Táctica 1 Difundir en escuelas gastronómicas, panadería, coctelería y facultades de Ingeniería de Alimentos la importancia de las BPM y su rol como futuros responsables de los procesos productivos de alimentos. ¿Cómo? - Priorizar las escuelas gastronómicas, panadería, coctelería y facultades de Ingeniería de Alimentos más relevantes en el territorio. - De acuerdo a las escuelas y facultades priorizadas definir las temáticas a dictar en las charlas. Es importante tener en cuenta que la formación en panadería por ejemplo es diferente a la de un ingeniero y en este sentido se debe orientar la sesión o sesiones. - Adelantar la sesión y abrir espacios tipo Foros en los que los estudiantes conozcan el papel de la Autoridad Sanitaria y se generen vínculos de asistencia técnica para romper el paradigma de que la autoridad es el "enemigo". - Difundir material impreso entre las directivas de los establecimientos educativos para que sean difundidos entre los estudiantes y las charlas se incluyan en los programas académicos.	Los estudiantes de áreas relacionadas con procesos productivos de alimentos se apropien de la importancia de las BPM. Los estudiantes de áreas relacionadas con procesos productivos de alimentos identifican la importancia de su rol y su impacto en la salud de los consumidores.	Audiovisuales: Cartillas, folletos, afiches, presentaciones de powerpoint. Humano: Inspectores ETS capacitados

OBJETIVO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Promover la aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en establecimientos gastronómicos abiertos al público.	Táctica 1 Difundir en los propietarios, administradores y personal en general de establecimientos gastronómicos las consecuencias para la salud de los consumidores de las malas prácticas higiénicas. ¿Cómo? -Priorizar los establecimientos gastronómicos de alto riesgo para dictar charlas. - Definir los contenidos específicos en referencia a ETA y factores de riesgo de ETA que se trabajan en las charlas. - Dictar charlas por las ETS a los propietarios, administradores y personal en general acerca de los factores de riesgo de ETA y las consecuencias de una ETA en la salud de la población.	Se fortalece el cumplimiento de las BPM en los establecimientos gastronómicos abiertos al público	Audiovisuales: Cartillas, folletos, afiches, presentaciones de powerpoint. Técnicos. Cuñas radiales, pautas televisivas Humano: Inspectores ETS capacitados

OBJETIVO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
	Táctica 2 Difundir en los manipuladores de alimentos las Buenas Prácticas de Manufactura y su importancia en la manipulación de alimentos en establecimientos gastronómicos. ¿Cómo? -Adelantar sesiones de trabajo conjuntas con los manipuladores de alimentos de los establecimientos gastronómicos identificados como de alto riesgo en las que se resuelvan dudas referentes a las Buenas Prácticas de Manufactura. Táctica 3 Educar a los consumidores para que cuenten con criterios de selección de establecimientos gastronómicos con un estado sanitario favorable. ¿Cómo? - Realizar campañas de sensibilización en medios masivos de comunicación (radio nacional o comunitaria, televisión, prensa, entre otros) acerca de las consecuencias de consumir alimentos preparados en malas condiciones higiénicas. -Adelantar sesiones de trabajo con asociaciones de consumidores en los que se expongan las consecuencias de consumir alimentos preparados en malas condiciones sanitarias		

Público Objetivo: Servicios de Alimentación.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Educar a las madres comunitarias en actitudes correctas para manipular alimentos	Táctica 1 Educar a las madres comunitarias en aspectos fundamentales de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y su importancia en la manipulación de alimentos para población vulnerable y en estado de confinamiento. ¿Cómo? -Diseñar documentos orientativos en lenguaje claro y comprensible por las personas objeto de intervención, acerca de las BPM. -Distribuir documentos orientativos en lenguaje claro y comprensible por las personas objeto de intervención acerca de las BPM. -Realizar charlas con las madres comunitarias por parte de personal técnico.	Las madres comunitarias conocen los aspectos básicos de las BPM y los aplican en su labor diaria.	Audiovisuales: cartillas impresas para ser distribuidas, presentaciones en Power Point para las charlas. Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Promover la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura en servicios de alimentación que atienden a población vulnerable (hospitales, centros penitenciarios, comedores escolares, ancianatos, entre otros).	Táctica 1 Crear conciencia entre los operadores de los servicios de alimentación que atienden a población vulnerable (hospitales, centros penitenciarios, comedores escolares, ancianatos, entre otros) de la importancia de la correcta aplicación de las BPM y del impacto de las ETA de acuerdo con el tipo de población atendida. ¿Cómo? - Priorizar de acuerdo al resultado de las visitas de IVC los servicios de alimentación en los que iniciará la actividad de educación sanitaria. - Definir los temas fundamentales que se trabajarán (Factores de riesgo de ETA, Impacto de ETA en la salud de la población y medidas de prevención como BPM). - Realizar charlas con alta frecuencia por parte de personal técnico de la ETS. - Distribuir material impreso que oriente sobre las BPM entre los operadores para que sea exhibido en los lugares de manipulación de alimentos.	Los manipuladores de alimentos de servicios de alimentación conocen y aplican las BPM en su labor diaria. Los manipuladores de alimentos y la población atendida es consciente de la importancia de ingerir alimentos en buenas condiciones higiénicas.	Audiovisuales: cartillas impresas para ser distribuidas, presentaciones en Power Point para las charlas. Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios.
	Táctica 2 Educar a los manipuladores de alimentos de los servicios de alimentación priorizados en las buenas prácticas de manipulación de alimentos.		

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
	¿Cómo? - Realizar sesiones de educación sanitaria por parte del personal técnico de las ETS en las que acompañen a los manipuladores en un día de proceso para realizar seguimiento al impacto de las jornadas adelantadas con los operadores y orienten acerca de como cumplir las BPM haciendo énfasis en las actitudes y prácticas correctas e incorrectas. Táctica 3 Educación a las poblaciones objeto de estos servicios de alimentación o a sus familias acerca de la importancia de ingerir alimentos preparados bajo adecuadas condiciones higiénicas. ¿Cómo? -Asistir a los lugares donde se suministra la alimentación a esta población y educar a la población atendida y/o a sus familias acerca de la importancia de aplicar las BPM en sus labores de manipulación de alimentos y la predisposición de la población atendida de contraer una ETA y sus consecuencias. - Diseñar material (folletos, afiches, pendones, infografías) que se exhiban en estos establecimientos acerca de la importancia de ingerir alimentos en buenas condiciones higiénicas.		

Público Objetivo: Consumidores.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Fomentar la conciencia sanitaria en los consumidores para que apliquen las buenas prácticas de manufactura en su vida cotidiana	Táctica 1 Llevar las actividades de IEC en BPM a lugares de afluencia masiva de público para fomentar la apropiación del conocimiento. ¿Cómo? -Identificar lugares de alta afluencia de público (ferias y fiestas patronales; festivales; plazas públicas; plazoletas de comidas, supermercados; conciertos; etc). -Identificar en cuales se pueden realizar intervenciones en calidad de Autoridad Sanitaria para preparar la actividad. -Definir como se realizará la intervención (obras de teatro, personajes característicos del territorio; charlas; entrega de material impreso; exposición de material visual como pancartas, pendones, afiches; perifoneo; entre otros) de acuerdo a las prácticas culturales del territorio y al nivel educativo de la población objeto. -Adelantar las intervenciones y resolver las inquietudes a que haya lugar. -Tener en cuenta productos de temporada (ejemplo dulces en halloween, pescado en semana santa, tamales en navidad, etc).	Los consumidores se apropian de las buenas prácticas de manufactura de alimentos y las aplican en su vida cotidiana	Audiovisuales: Pancartas, pendones, afiches, perifoneo, entre otros); presentaciones en Power Point, Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios.
	Táctica 2 Desarrollar contenidos para los medios de comunicación del territorio para que se difunda la información a un mayor número de población.		

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
	¿Cómo? -identificar los medios de comunicación de mayor impacto en el territorio de acuerdo al tipo de mensaje a transmitir y a la población objeto (Radio, radio comunitaria, televisión, página web, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, entre otros), mensajes de texto, periódico, etc.). -Definir los mecanismos para conseguir un espacio en estos medios de comunicación. -Tener en cuenta productos de temporada (ejemplo dulces en halloween, pescado en semana santa, tamales en navidad, etc). -Desarrollar los contenidos de acuerdo al espacio concedido teniendo en cuenta: * Lenguaje claro, comprensible y sencillo, * Ejemplos cotidianos, * No entregar un volumen muy grande de información que sature al receptor, * Las debilidades del territorio y las condiciones del entorno, * Lo que se quiere transmitir debe ser atractivo para el consumidor. - Priorizar las temáticas a abordar en la actividad (correcto lavado de manos, lavado y desinfección de equipos y utensilios, manejo de temperaturas de conservación y cocción, entre otros) de acuerdo a los incumplimientos identificados en el territorio. -Preparar la intervención y llevarla a cabo.		

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Promover la aplicación de las BPM en la población en edad escolar que asiste a la escuela para que difundan los conocimientos en sus familias y comunidad	Táctica 1 Llevar las BPM a las escuelas y colegios del territorio local para formar consumidores informados desde temprana edad. ¿Cómo? - Identificar las escuelas y colegios en los que se puedan dictar charlas a los estudiantes sobre BPM. - Adelantar las gestiones respectivas para dictar las charlas. - Programar las actividades de acuerdo al tiempo concedido por el establecimiento educativo y al nivel de escolaridad de los estudiantes. - Priorizar las temáticas a abordar en la actividad (correcto lavado de manos, lavado y desinfección de equipos y utensilios, manejo de temperaturas de conservación y cocción, entre otros) de acuerdo a los incumplimientos identificados en el territorio. - Desarrollar los contenidos de acuerdo al espacio concedido teniendo en cuenta: * Lenguaje claro y sencillo, * Ejemplos cotidianos, * No entregar un volumen muy grande de información que sature al receptor, * Las debilidades del territorio y las condiciones del entorno, * Lo que se quiere transmitir debe ser atractivo para el consumidor. - Preparar la intervención y llevarla a cabo por parte de personal técnico de la ETS que brinde información clara y verás sobre el tema. - Entregar material impreso para que los estudiantes puedan entregar en sus hogares y comunidad. Se recomienda tener en cuenta el nivel de alfabetismo de la población a la hora de preparar el material.	Los estudiantes de colegios y escuelas comprenden la importancia de aplicar las Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos en su vida cotidiana.	Audiovisuales: Pancartas, pendones, afiches, perifoneo, entre otros); presentaciones en Power Point, folletos, cartillas, volantes, Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Difundir conocimientos a los consumidores acerca de rotulado y etiquetado de alimentos para que realicen una elección informada	Táctica 1 Realizar campañas en establecimientos de expendio de alimentos para fomentar el conocimiento del rotulado y etiquetado de alimentos. ¿Cómo? -Identificar establecimientos de expendio de alimentos en lo que se puedan realizar campañas para la identificación de las características principales del rotulado (fecha de vencimiento, número de lote e ingredientes). - Ubicar un stand o un puesto pequeño en el que asistan los consumidores y se les explique con lenguaje claro cómo entender y revisar el rotulado y etiquetado de los alimentos. -Difundir material impreso en el que se describan los aspectos generales que se deben tener en cuenta para la revisión del rotulado y etiquetado de alimentos en comercialización. Táctica 2 Realizar campañas en establecimientos de expendio de bebidas alcohólicas para difundir conocimientos en los consumidores acerca del rotulado de bebidas alcohólicas y la identificación de productos fraudulentos, adulterados o falsificados. ¿Cómo? --Identificar establecimientos de expendio de bebidas alcohólicas en lo que se puedan realizar campañas para la identificación de las características principales del rotulado e identificación de sellos y demás tips. - Ubicar un stand o un puesto pequeño en el que asistan los consumidores y se les explique con lenguaje claro como revisar las bebidas alcohólicas previo a su consumo. -Difundir material impreso en el que se describan los aspectos generales que se deben tener en cuenta para la revisión del rotulado y etiquetado de bebidas alcohólicas en comercialización.	Los consumidores realizan compras informadas porque revisan los rótulos y las etiquetas de los alimentos.	Audiovisuales: Pancartas, pendones, afiches, perifoneo, entre otros); presentaciones en powerpoint, folletos, cartillas, volantes, Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios.

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Difundir buenas prácticas entre los consumidores en la etapa de comercialización de alimentos	Táctica 1 Llevar los conocimientos para la compra adecuada de alimentos a los establecimientos de comercialización de alimentos. ¿Cómo? -identificar el sector prioritario para iniciar la actividad (expendios de carnes, expendios de alimentos, plazas de mercado, entre otros). -Adelantar las gestiones necesarias para realizar las actividades de IEC en estos establecimientos. - Ubicar un stand o un puesto pequeño en el que asistan los consumidores y se les explique con lenguaje claro como realizar las compras de alimentos, en aspectos: * Como seleccionar el pescado (apariencia, color, olor, ojos, branquias, etc.); * Cómo seleccionar las carnes y el pollo (apariencia, color, olor, etc.); * Cómo seleccionar las frutas y las verduras en buen estado * Estado de los productos enlatados. * Cómo deben estar dispuestos alimentos en comercialización para que se consideren aptos para el consumo humano. * Manejo de la cadena de frío en el hogar *Revisión fechas de vencimiento. -Difundir material impreso en el que se describan los aspectos generales que se deben tener para la selección y compra de alimentos.	Los consumidores exigen a los establecimientos alimentos de calidad aptos para consumo humano.	Audiovisuales: Pancartas, pendones, afiches, perifoneo, entre otros); presentaciones en powerpoint, Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios

Público Objetivo: Comercializadores de Alimentos y Bebidas

OBJETIVO ESPECÍFICO	TÁCTICAS	COMPORTAMIENTO DESEADO	RECURSOS
Difundir buenas prácticas entre los comercializadores de alimentos y bebidas.	Táctica 1 Llevar los conocimientos a los comercializadores para la compra adecuada de alimentos y bebidas expendidos. ¿Cómo? -identificar el sector prioritario para iniciar la actividad (expendios de carnes, expendios de alimentos, plazas de mercado, entre otros). -Adelantar las gestiones necesarias para realizar las actividades de IEC en estos establecimientos. - Convocar a los comercializadores y de acuerdo al sector al que pertenezcan explicar con lenguaje claro como realizar la recepción de alimentos y bebidas, verificando aspectos como: * Como seleccionar el pescado (apariencia, color, olor, ojos, branquias, etc.); * Cómo seleccionar las carnes y el pollo (apariencia, color, olor, etc.); * Cómo seleccionar las frutas y las verduras en buen estado * Estado de los productos enlatados. * Cómo deben estar dispuestos alimentos en comercialización para que se consideren aptos para el consumo humano. * Manejo de la cadena de frío. -Difundir material impreso en el que se describan los aspectos generales que se deben tener en cuenta para la recepción de alimentos y bebidas.	Los expendedores de alimentos y bebidas cumplen los requisitos sanitarios.	Audiovisuales: Pancartas, pendones, afiches, perifoneo, entre otros); presentaciones en Power Point. Humano: Personal capacitado. Financiero: Viáticos para el desplazamiento de los funcionarios

ANEXO 1

REVISIÓN DE AUTORIDADES INTERNACIONALES

La revisión de autoridades internacionales se realizó a través de las páginas web de las respectivas entidades.

22

✓ **ARGENTINA - ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE MEDICAMENTOS, ALIMENTOS Y TECNOLOGÍA MÉDICA (ANMAT)**

- Material Educativo de Alimentos: En este link presentan vínculos a información orientada a la comunidad como: Síndrome Urémico Hemolítico (SUH); Rotafolio Educativo: 5 Claves de la Inocuidad de los Alimentos; Portafolio educativo en temas clave en Control de la Inocuidad de los Alimentos; Fichas técnicas sobre Enfermedades Transmitidas por Alimentos; Manipulación Segura de Alimentos Libres de Gluten; Propiedades de los Alimentos; Recomendaciones para la Correcta Manipulación de Alimentos en Carnicerías; Listado de Alimentos Libres de Gluten; Programa Federal de Control de Alimentos.



- Alertas de retiro de alimentos: Cuentan con un link en su página que direcciona a las alertas de retiros de alimentos, sus causas y alertan a los consumidores de evitar el consumo de éstos alimentos.

- Medios televisivos (la inocuidad de alimentos cotidianos) se explican cuáles son los errores más cotidianos en la cocina de la población en cuanto a la disposición de objetos y manejo de alimentos. Se habla de acciones positivas y negativas, tips para elegir alimentos y evitar malas prácticas en la compra de alimentos. Se dan ejemplos y se demuestra mediante la utilización de equipo de luminiscencia (System sur plus) como por ejemplo un billete puede estar menos contaminado que un tomate que proviene del campo.

23

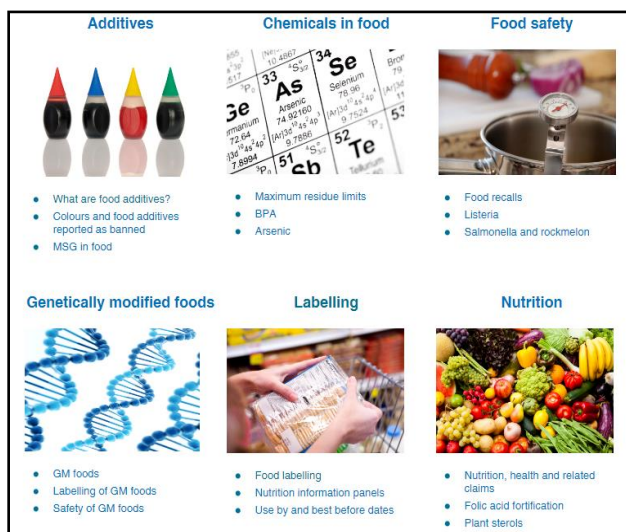
Además se dan tips para el día a día de la cocina en las casas como sumergir las verduras en agua y adicionar 3 gotas de hipoclorito de sodio en un litro de agua por 10 a 15 minutos.

✓ AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA - FOOD STANDARDS

La FOOD STANDARDS de Australia y Nueva Zelanda ha definido varios tópicos de interés para los consumidores. Estos tópicos son en temas de: aditivos, químicos en alimentos, alérgenos e intolerancia a los alimentos, inocuidad de alimentos y recalls, tecnologías de alimentos y nuevos alimentos, cuestiones alimentarias, alimentos genéticamente modificados, rotulado, alimentos importados, nutrición y fortificación.

Además de un amplio rango de videos que incluyen temas como inocuidad alimentaria, embarazo y alimentación, rotulado y nuevas tecnologías en alimentos.

El propósito de estas secciones es brindar consejos a los consumidores para que puedan hacer una elección informada al momento de comprar los alimentos.



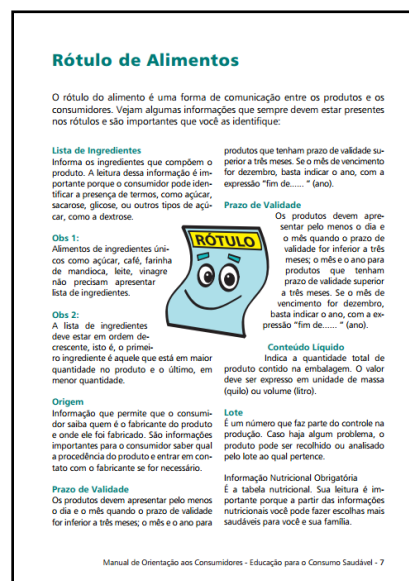
✓ **BRASIL- AGENCIA NACIONAL DE VIGILANCIA SANITARIA ANVISA**

La página ofrece la opción de capacitación en manipulación de alimentos, realizando de manera previa un registro que le proporciona un usuario y contraseña para acceder a la capacitación.

24

También se dispone de una herramienta de categorización de servicios de alimentación sujetos de vigilancia sanitaria que busca aumentar el estatus sanitario de Brasil en donde se concientiza a la población en general incluyendo a propietarios de los establecimientos. Además se brinda la posibilidad a los establecimientos para que usen un aplicativo que les permite realizar una autoevaluación de su estado sanitario, este aplicativo fue desarrollado en cooperación con algunas universidades he dicho país.

Rotulado: Cuenta con una guía llamada “¿Usted sabe que está comiendo? Manual de Orientación a los Consumidores. Educación para una vida saludable”. Esta guía orienta a los consumidores sobre los aspectos relevantes del rotulado de alimentos (ingredientes, número de lote, tablas nutricionales, entre otros) para hacer una elección informada. Además orienta sobre cómo revisar el rótulo de alimentos por parte de aquellas personas que padecen alguna enfermedad como los celíacos, por ejemplo.



CANADÁ – HEALTH CANADA

Estrategias de IEC en inocuidad y calidad de alimentos dirigidas a los consumidores

- Highlights

25

Incluye links desde el año 2012 mes a mes en los que presenta modificaciones en las listas de aditivos, enzimas, colorantes, nuevos aditivos, declaraciones en salud, guías específicas como por ejemplo para aquellos alérgicos a la soya o dirigidas a la industria para la reducción de sodio en sus productos.

- Búsqueda de Recalls y alertas de inocuidad

Contiene información acerca de: que deben hacer los consumidores, a quien afecta, la descripción y las imágenes de las etiquetas de los productos. Se puede buscar por la razón del recall. Se pueden suscribir para recibir notificaciones de los recall, descargar la aplicación en el celular, reportar si la página está reportando información falsa.

- Hojas de información de inocuidad de alimentos

Contiene tips para ayudar a los consumidores a manejar los productos de forma inocua y a tomar decisiones informadas. Entre estos: contaminación de alimentos y descripción de los microorganismos; rotulado y etiquetado; etiquetado de alérgenos y alergias alimentarias: tips de seguridad de alérgenos.

Manipulación de alimentos: ofrece indicaciones acerca de la manipulación de alimentos en emergencias, en el hogar, fiestas como halloween y navidad, información para adultos mayores, entre otros.

Riesgos de productos específicos: Incluye información acerca de peligros químicos, riesgos por el consumo de leche, huevos miel, fórmulas infantiles, frutas y vegetales, carnes

- Tips generales en inocuidad de alimentos: Almacenamiento, cocción, entre otros.

- Reportar un problema de seguridad alimentaria o de etiquetado

Existe un link para que se reporte por parte de los consumidores situaciones como restaurantes sucios o con presencia de plagas, además de consultar la calificación del restaurante (amarilla clara, oscura, verde, rojo con tramas o solo rojo) y el acta de la última inspección.

✓ **CHILE-AGENCIA CHILENA PARA LA INOCUIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA
ACHIPIA**

- *Campaña Inocúdate y Come Saludable:* Frutas, verduras y alimentos que en sus nombres recuerdan a celebridades, entregan consejos de alimentación segura y saludable difundiendo así el concepto de “inocuidad alimentaria”, su importancia y la necesidad de mejorar los hábitos de alimentación. “Inocúdate” busca difundir hábitos de manipulación, transporte y manejo de alimentos en forma segura y “Come Saludable” sugiere a la población incluir alimentos que tienen altas propiedades benéficas para la salud.
- *Taller de capacitación “el extraño micromundo de Karen”:* Se realiza en ferias, seminarios, colegios y localidades apartadas. Busca mejorar los hábitos y conductas en torno a la manipulación de alimentos en niños y adultos.
- *Campaña de verano “A mover el cooler”:* Campaña destinada a difundir las buenas prácticas de manufactura en el verano, cuando las personas optan por comer al aire libre y realizar picnics.

26



- Presenta a través de YouTube la estrategia teatro de la inocuidad “tarea de todos y todas” es un personaje “achipio” que enseña a la población sobre el consumo de alimentos seguros y saludables mediante Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) explicándose la responsabilidad de cada actor dentro de la cadena alimentaria desde la granja hasta la mesa.

✓ **ESPAÑA – AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN – AECOSAN.**

La página web despliega información sobre etiquetado de alimentos, aportando ventajas, por qué se debe leer la etiqueta, aporta reglamentación, novedades, imágenes de ejemplo de información que se debe verificar, un listado de preguntas más frecuentes y sus respuestas, información de alérgenos e intolerancias y una zona de descarga donde se puede bajar desde ese sitio información como folletos de información al consumidor y legislación.

27

Finalmente, la agencia sanitaria AECOSAN se presenta información al consumidor a través de redes sociales como Facebook, tuenti, twitter y YouTube.

✓ **ESTADOS UNIDOS – U.S FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA)**

— Biblioteca de recursos de educación

Contiene links para bajar artículos en lenguaje sencillo en inglés y algunos en español sobre los siguientes temas: aditivos, alérgenos, bebidas, lácteos, ETA, frutas, vegetales y jugo, nutrición, etiquetado, comida de mar, evaluación de riesgo, seguridad del microondas, videos y material interactivo.

— Datos de alimentos para los consumidores

Contienen información para los consumidores referente a alérgenos, temperaturas de conservación y refrigeración, ETA, leche cruda, alimentos listos para consumir, evaluación de riesgos, comida de mar, grasas trans, entre otros.

— Guía para prevenir ETA en la escuela

Incluye una guía completa de cómo prevenir la Eta en la escuela dirigida a docentes, estudiantes, enfermeras y comunidad en general, con tips, consejos acerca de la refrigeración, conservación y manejo adecuado de alimentos. Incluye material didáctico para los estudiantes.

— Información para la industria de alimentos

Referente a BPM; HACCP; requisitos de importación de alimentos, programas de la FDA; actualizaciones normativas, nutrición, rotulado y etiquetado,

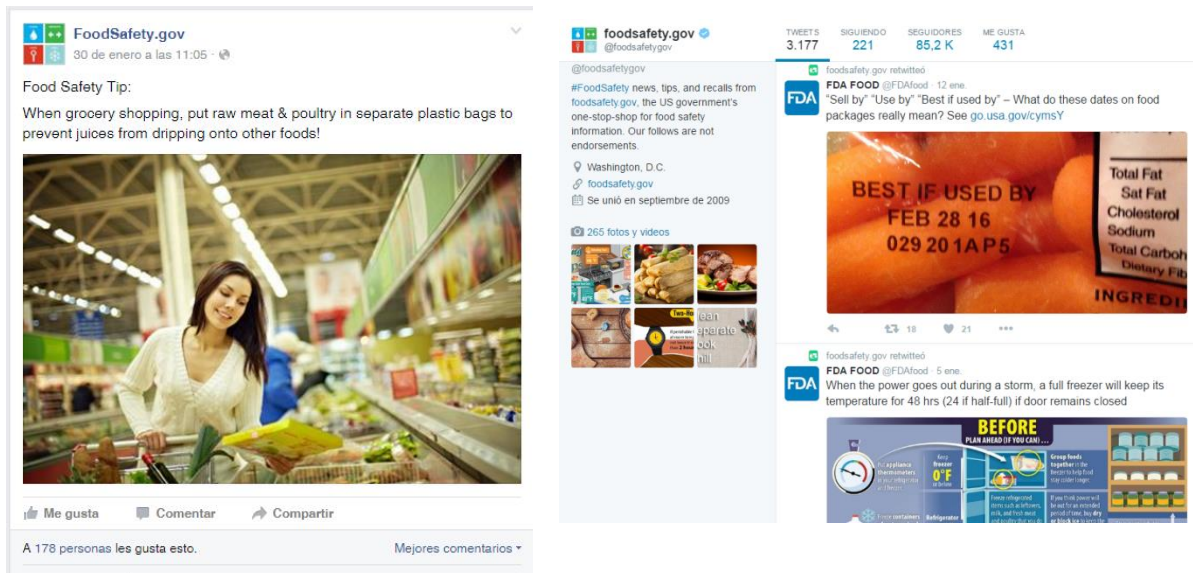
Además información de interés para los profesionales de la salud,

✓ **Foodsafety.gov**

Presenta información de retiradas del mercado y alertas, seguridad de los alimentos, ¿Quién está en riesgo?, intoxicación alimentaria, reportar un problema, preguntar a expertos (Preguntar a Karen) y otros recursos. Tienen una serie que se llama recetas para el desastre que enseña acerca de los riesgos de la intoxicación alimentaria.



Además está en las Redes Sociales Facebook y Twitter dónde presenta Tips en inocuidad y calidad de alimentos. (<https://www.facebook.com/FoodSafety.gov>)



✓ MÉXICO - SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD, INOCUIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA (SENASICA)

Mediante la estrategia de video explican que es la inocuidad, como se realiza la vigilancia activa por parte de la autoridad sanitaria y pasiva por parte de los ciudadanos, como es el camino que surten los alimentos hasta llegar a la mesa. A su vez mediante caricaturas se explica la inocuidad y Buenas Prácticas en el campo, el mar, expendios y educación en sanidad e inocuidad alimentaria.

REVISIÓN AUTORIDADES NACIONALES

✓ MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

El Ministerio de Salud y Protección social dispone de video en YouTube como el caso de seguridad alimentaria y nutricional depende de muchas personas. Este video explica la cadena alimentaria iniciando por el campesino que produce los alimentos, los intermediarios, distribuidores que garantizan alimentos atendiendo normas de higiene.

29

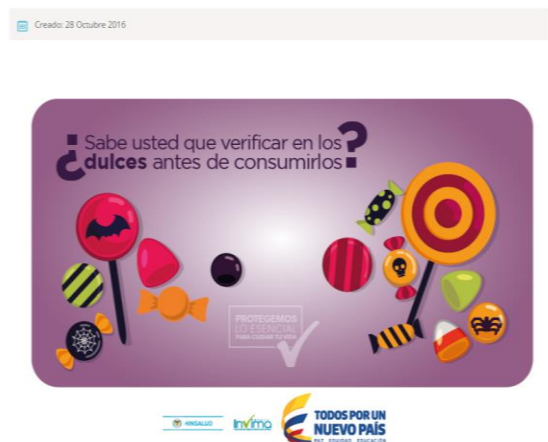
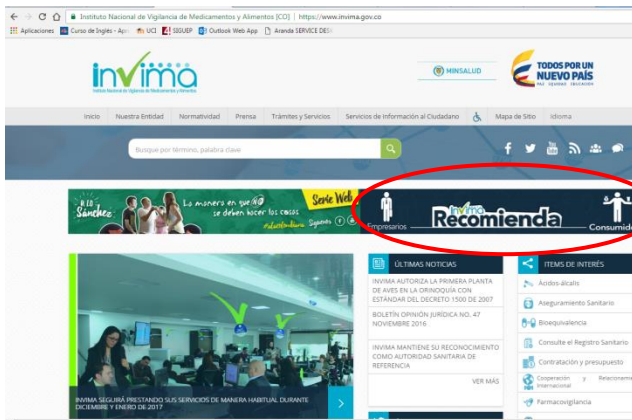
Otro video llamada plan de alimentación saludable, explica como leer etiquetas en los productos alimenticios, promueve el consumo de frutas y verduras.

✓ INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS (INVIMA).

El Instituto ha venido desarrollando diversas campañas en torno a la inocuidad de alimentos. Vale la pena resaltar las más recientes:

- Invima Recomienda

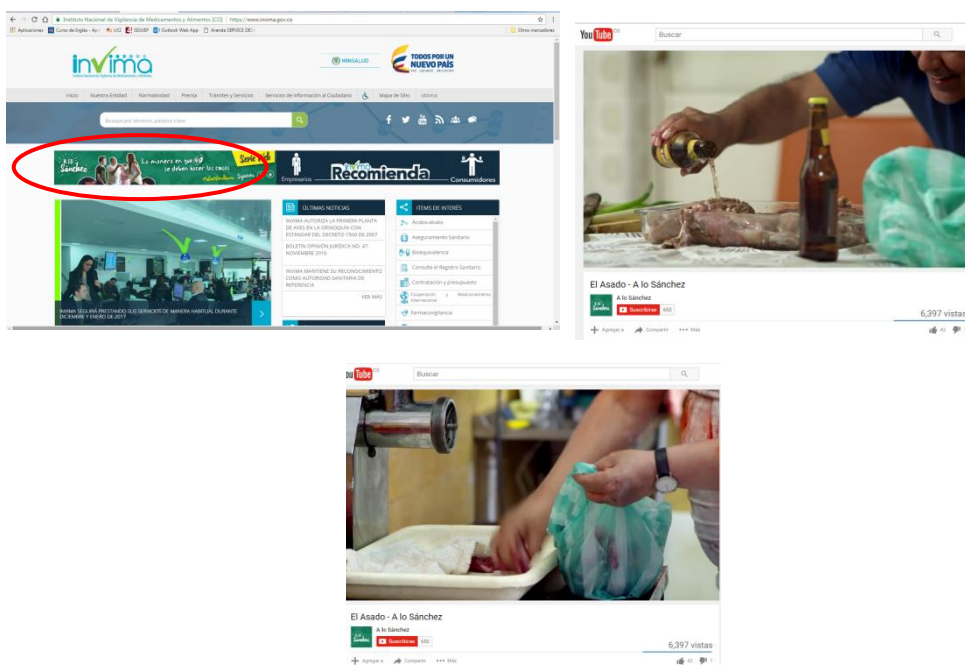
Es un espacio creado en la página web del Instituto dirigido a empresarios y consumidores sobre consejos en torno a temas sanitarios. Respecto a alimentos está la publicación sobre *“Recomendaciones para el Consumo de Dulces”* que brinda orientaciones a los consumidores principalmente a los padres de familia en referencia a lo que deben revisar previo al consumo como estado del empaque, fecha de vencimiento, rotulado, entre otros. Para los empresarios está la publicación *“8 pasos para obtener su registro sanitario de alimentos”*.



- A lo Sánchez

Serie web de contenidos con humor. Serie que le apuesta a comunicar lo cotidiano que pasa a los colombianos de una manera graciosa y con un enseñanza al final de cada capítulo. La idea de la serie es crear una comunidad. Los temas que más busca la ciudadanía es salud y bienestar, a ellos se quiere llegar, con un mensaje claro en cada capítulo, que se refuerza en las redes sociales con piezas adicionales y con un trabajo importante con los medios de comunicación de todo el país. Referente a alimentos está el capítulo “El asado”. Está disponible a través de un espacio en la página web del Invima, en el Canal de YouTube A lo Sánchez y se trasmite en el Canal Institucional.

30



- Publicaciones página web

En la página web del Invima en el link publicaciones se ha creado un espacio específico para Alimentos y Bebidas en el que se encuentran los siguientes documentos: ABC de Incentivos promocionales en los alimentos; bienestar animal en plantas de beneficio de bovinos y porcinos; ABC publicidad de bebidas alcohólicas; ABC publicidad de alimentos; ABC OGM; ABC de la panela y ABC del sistema oficial de carnes.

- Redes Sociales

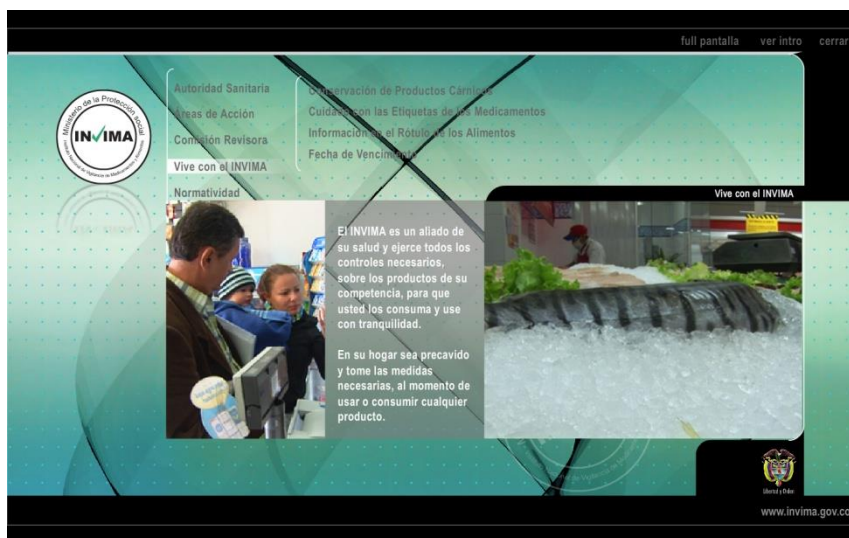
El Instituto tiene presencia en Redes Sociales donde comparte mensajes en torno a los temas sanitarios con la comunidad. En Twiteer es @invimacolombia, cuenta con 8.165 seguidores. También tiene presencia en Facebook y Youtube.



31

- Iniciativas anteriores

En referencia a iniciativas anteriores el Instituto diseñó un DVD-R que contiene la información institucional que permite conocer el campo de acción de la entidad. El DVD-R está dividido en cinco (5) secciones: Autoridad Sanitarias, Áreas de Acción, Comisión Revisora, Vive con el Invima y Normatividad. La sección Vive con el Invima incluye videos dirigidos a los usuarios y consumidores en diversos temas, para alimentos presenta tres vídeos titulados: Conservación productos cárnicos; Información en el rotulo de los alimentos y Fecha de Vencimiento. En Áreas de Acción presenta la labor del Invima en la IVC de alimentos en plantas de beneficio de aves, porcinos y bovinos, fábricas de alimentos, la labor del Laboratorio Nacional de Referencia y de los Grupo de Trabajo Territorial.



✓ **OTRAS INICIATIVAS**

Finalmente también se encuentran iniciativas de privados por la que lleva a cabo la revista Semana, que creó un video en YouTube que habla de seguridad alimentaria, describiendo que es la seguridad alimentaria, beneficios y establece 8 requisitos para obtener dicha seguridad.

ANEXO 2

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y REQUERIMIENTOS DE LAS ETS

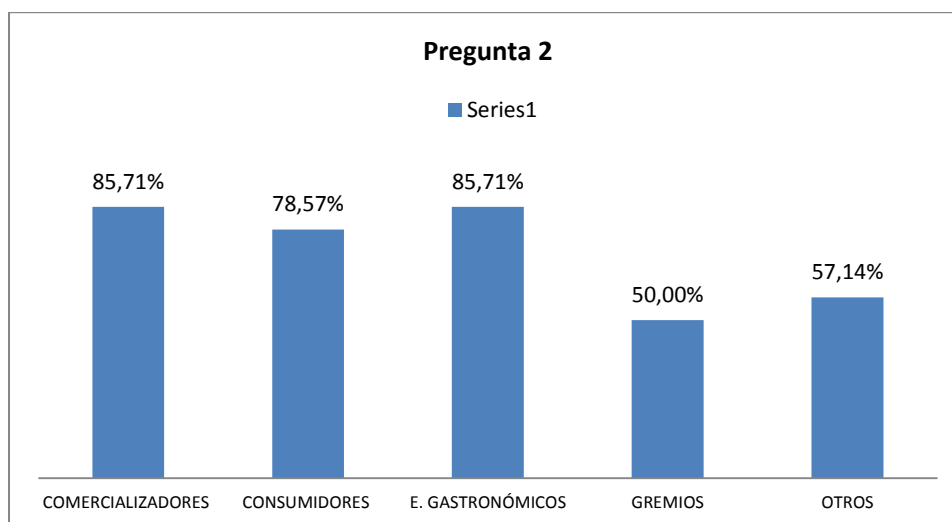
Con el propósito de conocer las labores adelantadas por parte de las ETS en el tema de IEC se diseñó una encuesta que se remitió a las 32 Entidades Territoriales de Salud ETS del orden departamental y 5 del orden distrital. Del total de encuestas remitidas respondieron 16 ETS. Los principales resultados son:

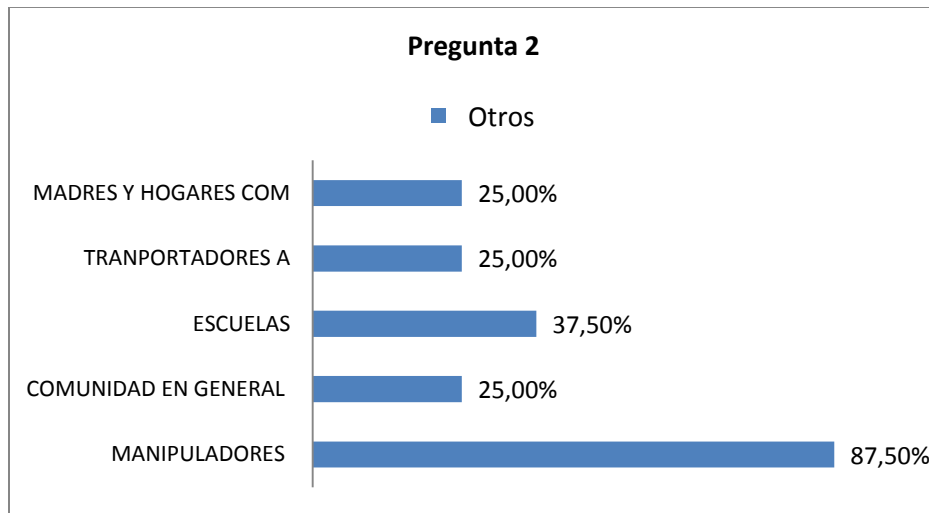
33

✓ **Pregunta 1. ¿Existe experiencia en su entidad en la implementación de actividades de IEC?**

El 93.33 % de las 15 ETS que respondieron la encuesta tienen experiencia en la implementación de actividades de IEC.

✓ **Pregunta 2. ¿Si han realizado actividades de IEC hacia quien han estado dirigidas?**



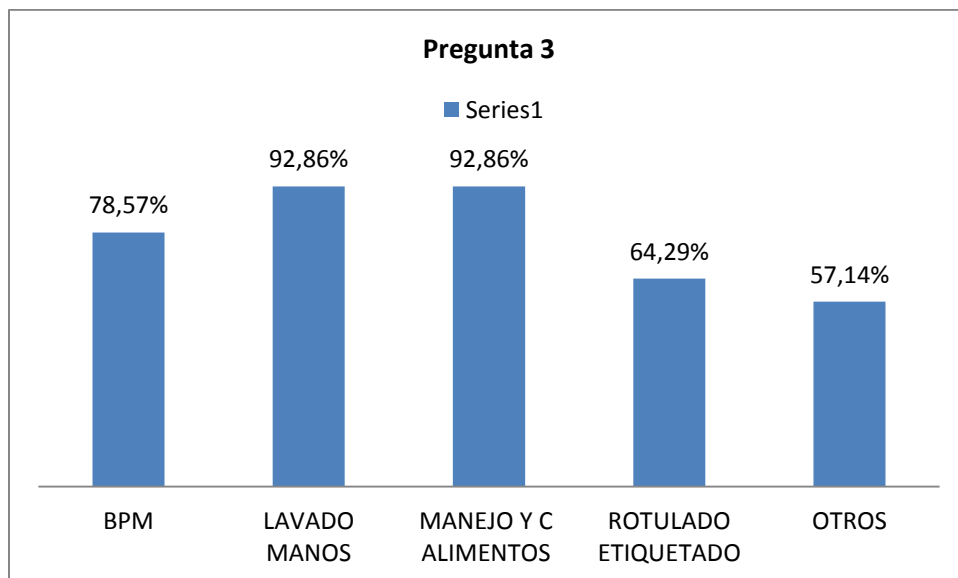


34

La actividades de IEC implementadas han estado dirigidas en un 85.71% a comercializadores y establecimientos gastronómicos. Seguidos de consumidores con el 78.57% y otros con un 57.14%.

En la categoría de otros se destacan los manipuladores con un 87.5 % seguidos de las escuelas con 37.5%.

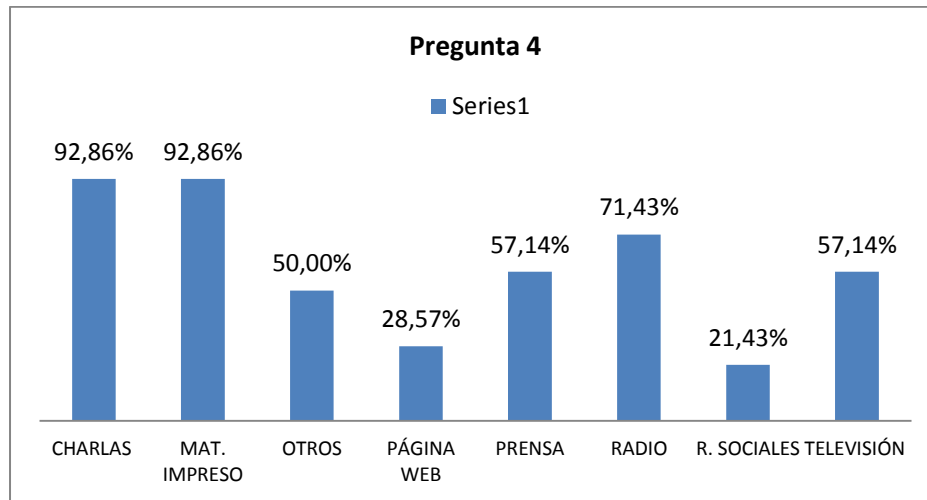
✓ **Pregunta 3. ¿Cuáles han sido las temáticas abordadas en las actividades de IEC implementadas?**



Las temáticas abordadas en las actividades de IEC han sido en su mayoría lavado de manos y manejo y conservación de alimentos ambas con 92.86%, seguidas de BPM con un 78.57%.

✓ **Pregunta 4. ¿Qué canales de comunicación han utilizado para realizar estas actividades?**

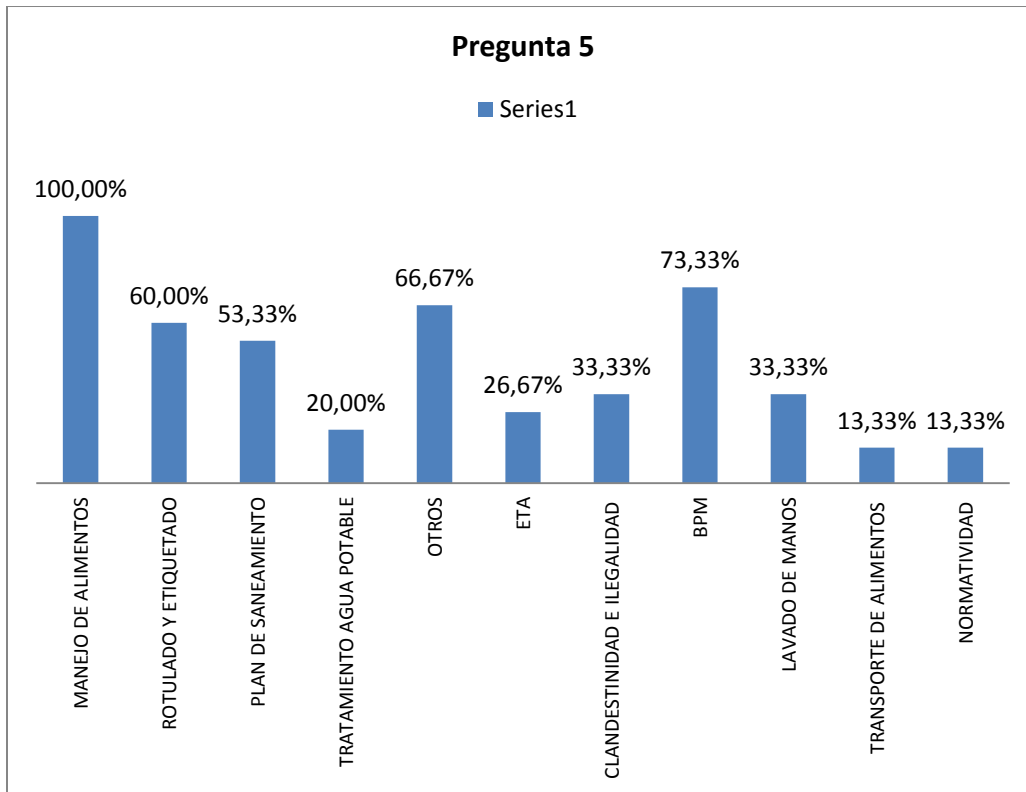
35



Los canales de comunicación que más han usado son charlas y material impreso con un 92.86%, seguidas de radio con un 72.42%. Los canales de comunicación menos usados han sido página web con 28.57% y redes sociales con 21.43%. Como categoría de otros se menciona el perifoneo, ferias, foros, cursos y sensibilización del técnico durante las visitas de IVC.

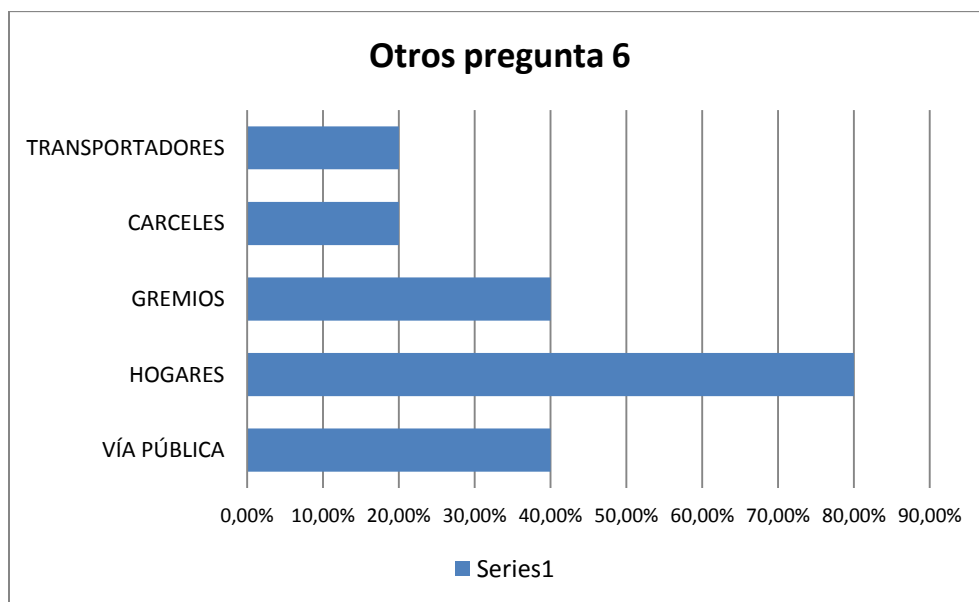
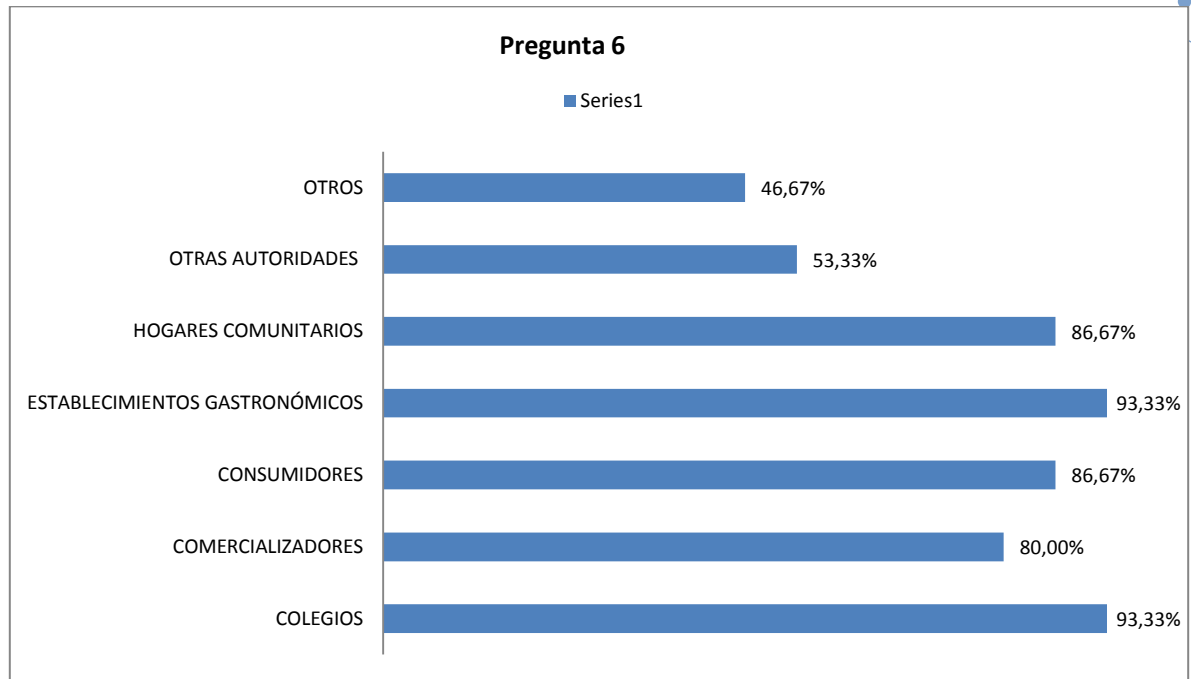
- ✓ **Pregunta 5. ¿Qué temáticas consideran relevantes en inocuidad y calidad de alimentos de acuerdo con la situación sanitaria de su territorio para priorizar en la estrategia de IEC?**

36



Como temáticas para priorizar en la estrategia IEC se destaca manejo de alimentos con un 100%, BPM con 73.33%, otros con 66.67% y rotulado y etiquetado con 60%.

✓ **Pregunta 6.¿A qué público objetivo consideran prioritario enfocar las actividades de IEC?**

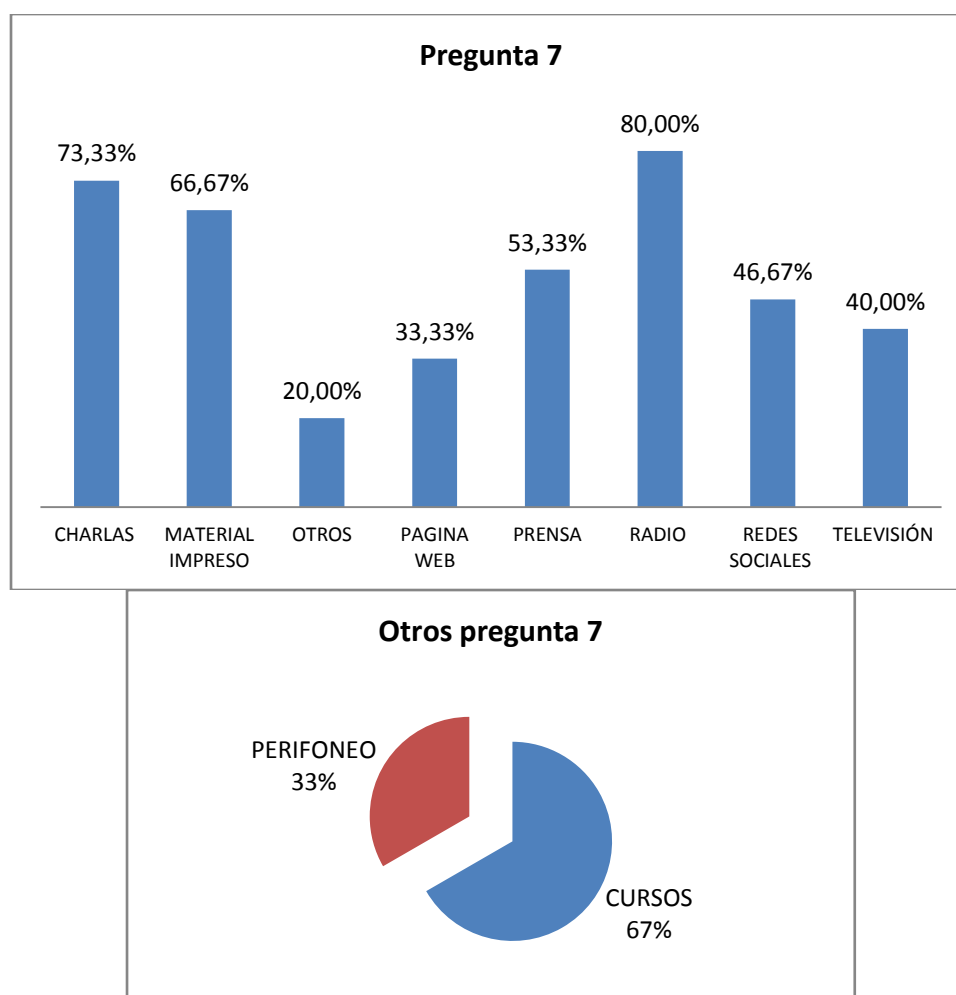


El público que consideran prioritario para implementar la estrategia son los establecimientos gastronómicos y los colegios con un 93.33%, seguidos de los hogares comunitarios con un 86.67% y otros con un 46.67% donde se destacan los hogares con un 80% y ventas en vía pública con un 40%.

38

✓ **Pregunta 7.**

El medio que consideran de mayor impacto para implementar la estrategia es la radio con un 80%, seguida de charlas con un 73.33%, seguida de material impreso con un 66.67% y otros con 20%. Dentro de otros están cursos con 66.67% y perifoneo con 33.33%.



LINKS DE INFORMACIÓN RECOPIADA RESPECTO A IEC

1. <http://www.fao.org/3/a-y8705s.pdf> Pág. 11 literal e.
2. <http://www.fao.org/food/food-safety-quality/capacity-development/public-education-communication/es/>
3. http://www.safefoodinternational.org/guidelines_for_consumer_organizations_spanish.pdf Pág. 17
4. <http://web.unifoa.edu.br/praxis/numeros/05/59.pdf>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=u34HHDgkhmY> (CHILE)
6. <https://www.youtube.com/watch?v=ULZSfFVpLtQ> (OMS)
7. <https://www.youtube.com/watch?v=I50T14tqja4> (MEXICO)
8. <https://www.youtube.com/watch?v=ZrnCBbd2cYM> (ARGENTINA)
9. <http://eletiquetadocuentamuchito.aecosan.es/descargas.html> (ESPAÑA)
10. <http://eletiquetadocuentamuchito.aecosan.es/> (ESPAÑA)
11. http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.shtml (ESP AÑA)
12. http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/campanyas/aecosan_campanya_1.shtml (ESPAÑA)
13. <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home> (BRASIL)
14. http://www.anvisa.gov.br/hotsite/hotsite_categorizacao/index.html (BRASIL)
15. <http://www.cecanebs.com.br/siars/> (BRASIL)
16. <http://www.foodstandards.gov.au/consumer/Pages/default.aspx> (AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA)
17. <http://www.inspection.gc.ca/food/information-for-consumers/eng/1299093858143/1303766424564> (CANADÁ Health Canada)
18. <http://www.fda.gov/Food/ResourcesForYou/default.htm> (ESTADOS UNIDOS, FDA)
19. <http://espanol.foodsafety.gov/> (Foodsafety.gov)
20. <https://www.youtube.com/watch?v=KKVVC6P0qc4>
21. https://www.youtube.com/watch?v=tw8D_4qYDCA